

---

『物流 Weekly』連載原稿

『日本ロジファクトリーの物流ケース・スタディー』

“社長！それは違います！” 第137回

---

<タイトル>

「経営者のマインドは大丈夫か！？」

<本文>

暗い話題が続く物流業界。元気のない物流会社の社長を良く目にする。しかし「ピンチはチャンスなり」と良く言ったもので、このような厳しい時期にこそ、真の経営者マインドが問われる。「会社は三度潰れる」とも言われるが、今や名だたる優良企業も同じように会社存続の危機に立たされながら、その度に逆境を乗り越え、それを教訓にし、這い上がってきている。

反対に言えば、存続の危機にさらされた事のない会社ほど足腰の弱い会社はない。逆境から多くのノウハウを構築し、社員たちは学習していく。そういう意味では今、真に物流会社は次への布石を打っている時であると言えよう。

例えば、今回の原油高騰で「走らない物流会社」への転換を行い、センター運営や保管・流通加工に軸足を変えている会社が多く出てきている。「危機体験なき会社に存続なし」と私は強く思う。創業者であれば当然だが、ある程度の下地が出来た上での二代目、三代目社長にとってははじめての「危機」であるということも多いであろう。

苦勞を楽しむ気持ち、朝が来ない夜はないということ。今までタブーとしてきた会社の考えや方針にメスを入れること。また、人材や幹部の棚卸し、何と云っても社長自身の能力・業務の棚卸しを行い、足りない部分を何で補っていくかなど、新しい発見が必ずあるに違いない。この厳しい時を経営の肥やしにできる経営者のみが、次へのステージに入場できる。

考え方次第で「暗」にもなれば「明」にもなる。こんな時、利害関係なくざっくばらんに話し合える、相談に乗ってもらえるヒトが居れば申し分ないであろう。しかし、最終的には自分自身と向き合わなければ次の答えは出ない。塞ぎ込んだり、何かで紛らわしている暇はない。今、この時を楽しもうではありませんか。